

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian hal yang paling penting diperhatikan adalah objek penelitian, karena objek penelitian merupakan sumber informasi dalam penelitian. Objek penelitian suatu kondisi untuk mendeskripsikan atau menjelaskan situasi objek yang akan diteliti untuk memahami secara jelas kondisi situasi penelitian. Penelitian ini dilakukan kepada pengguna layanan *Paylater* untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *paylater* dalam jangka waktu penelitian kurang dari satu tahun, mulai dari Juni 2023 hingga Desember 2023 maka penelitian ini merupakan studi *cross-sectional*. *Cross-sectional study* merupakan studi dimana data yang dikumpulkan hanya dilaksanakan satu kali dalam satu periode waktu dalam jangka harian, mingguan, atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Syahza, 2021)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1. Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya adalah metode ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan untuk memecahkan masalah yang diteliti dengan menggunakan metode yang sesuai dan relevan untuk tujuan penelitian. Metode penelitian diartikan sebagai metode ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2021) Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang digunakan dengan tujuan untuk meneliti status, sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi pemikiran atau kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat serta hubungan-hubungan antar fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2021) Melalui jenis penelitian deskriptif ini maka akan diperoleh gambaran mengenai kemudahan penggunaan dan kepercayaan serta gambaran keputusan penggunaan *Paylater*.

Penelitian Verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya (Sekaran, 2017). Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu fenomena dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan yang lain. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui data lapangan (Arikunto, 2010). Melalui jenis penelitian verifikatif ini maka akan diuji mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap *paylater*.

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* merupakan cara yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel yang diteliti menggunakan pengujian hipotesis. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan (Sugiyono, 2021) desain penelitian survei (eksplanatori) digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data seperti melalui penyebaran kuisioner, melakukan tes, wawancara dan sebagainya. Lebih lanjut, (Sugiyono, 2021) menyebutkan bahwa “*explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan posisi variabel-variabel yang diteliti dalam sebuah penelitian. Tujuan dari *explanatory research* adalah untuk menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian beberapa hipotesis”.

Pada dasarnya, desain penelitian survei ini bersifat deduktif karena menggunakan teori untuk memberi jawaban terkait rumusan masalah hingga akhirnya terbentuklah hipotesis. Alasan utama penulis menggunakan desain penelitian eksplanatori ialah untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, kemudian diharapkan dari penelitian ini mampu menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang tercantum dalam hipotesis.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Melalui jenis penelitian ini, maka dapat diperoleh gambaran mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya yang akan diteliti yaitu pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan yang selanjutnya akan dianalisis dan diinterpretasikan untuk dicari pengaruhnya dalam keputusan penggunaan *paylater* oleh responden (Priyono, 2016)

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2021) operasional variabel adalah bentuk-bentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentangnya untuk kemudian diambil kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y). Dalam hal ini, variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya baik secara negatif maupun positif (Soegoto, 2008). Sedangkan variabel dependen (terikat) disebut juga dengan variabel output.

Instrument dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel penelitian. Dua variabel independent yaitu kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Kemudian variabel dependennya yaitu keputusan penggunaan *Paylater*. Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara rinci operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
Pengaruh Kemudahan penggunaan (X1)		Menurut (Jogiyanto, Teori Portofolio dan Analisis Investasi, 2016) kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah dalam mengoperasikannya. Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha.			Interval	
	Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (Clear and understandable).	Sistem informasi yang digunakan jelas dan mudah dipahami oleh pengguna.	Kelengkapan fitur pembayaran menggunakan <i>paylater</i> diberbagai <i>ecommerce</i>	Tingkat kemudahan penggunaan menggunakan fitur-fitur dalam aplikasi <i>paylater</i>	Interval	1
			Tata cara transaksi melalui <i>paylater</i> secara <i>undersntandable</i>	Tingkat kejelasan dari informasi yang diberikan	Interval	2
	Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut	Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut	Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)	Tingkat kemudahan penggunaan fitur yang ada di <i>paylater</i> di	Interval	3

(Does not require a lot of mental effort).					sesuaikan dengan kebutuhan pengguna		
Sistem mudah digunakan (Easy to use).	Sistem informasi mudah digunakan oleh pengguna.	Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)		Tingkat kemudahan penggunaan <i>paylater</i>	Interval	4	
		Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)		Tingkat <i>paylater</i>	Interval	5	
Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>)	Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan	Fleksibel (<i>flexible</i>)		Tingkat kegunaan <i>paylater</i> yang bisa kapan saja dan dimana saja	Interval	6	
Pengaruh Kepercayaan (X₂)	Definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok atau perusahaan yang ketika perkataan, janji, dan pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan oleh perusahaan tersebut, baik itu dibidang produk atau jasa, sehingga para konsumen bisa melakukan atau menyelesaikan transaksi pembelian secara online.				Interval		
Kemampuan (<i>Ability</i>)	Seorang penjual atau pengusaha harus menguasai karakteristik wilayah usahanya. Hal itu ditandai dengan kemampuan dalam menyediakan serta melayani, dan memprioritaskan	Orientasi teknologi		Tingkat pelayanan yang baik kepada konsumen	Interval	7	

	pelanggan dari pihak luar. Artinya bahwa pelanggan mendapatkan jaminan kepuasan dan tingkat keamanan dari seorang penyedia jasa pada saat melakukan transaksi.				
Kebaikan Hati (<i>benevolence</i>)	Kebaikan hati adalah suatu keinginan penjual dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan menimbulkan suatu kepuasan. Keuntungan yang didapatkan oleh penjual dapat ditingkatkan, namun juga tidak mengesampingkan kepuasan konsumen. Penjual tidak hanya mengejar keuntungan yang tinggi, tetapi juga harus mempunyai perhatian yang baik untuk menimbulkan kepuasan konsumen.	Reputasi (<i>brand reputation</i>)	Tingkat konsistensi dan reputasi yang baik terhadap konsumen	Interval	8
Integritas (<i>integrity</i>)	Integritas erat kaitannya dengan perilaku penyedia jasa dalam menjalani usahanya. Kemampuan yang diinformasikan kepada konsumen sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kualitas dan kuantitas jasa yang diberikan dapat menimbulkan suatu kepuasan.	Persepsi resiko (<i>perceived risk</i>)	Tingkat keamanan dari <i>paylater</i>	Interval	9
Keputusan penggunaan <i>paylater</i>	Menurut (J Zboja & M Voorhes, 2006) keputusan penggunaan <i>paylater</i> merupakan proses dimana konsumen membuat keputusan penggunaan untuk membeli berbagai produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, membuat pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan penggunaan setelah membeli.			Interval	
Pilihan produk	Konsumen dapat mengambil keputusan penggunaan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk	<i>Source of information</i>	Tingkat pemilihan sumber informasi	Interval	10

	tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.		terpercaya untuk menentukan pemilihan produk		
		<i>Product characteristics</i>	Tingkat karakteristik produk yang diberikan <i>paylater</i>		11
		<i>Market conditions</i>	Kondisi pasar yang memengaruhi konsumen dalam menentukan pemilihan produk		12
Pilihan merek	Pembeli harus mengambil keputusan penggunaan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.	<i>Brand awareness</i>	Tingkat kesadaran pelanggan untuk menggunakan <i>Paylater</i>	Interval	13
		<i>Perceived quality</i>	Tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan yang diberikan <i>paylater</i>		14
		<i>Brand loyalty</i>	Tingkat loyalitas pelanggan terhadap <i>paylater</i>		15

Pilihan penyalur	Pembeli harus mengambil keputusan penggunaan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya: kemudahan penggunaan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.	Harga yang murah dibanding <i>e-commerce</i> yang lain	Tingkat promo diskon yang diberikan <i>paylater</i> terhadap pelanggan	Interval	16
		Persediaan barang yang lengkap	Tingkat ketersediaan barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan		17
Waktu pembelian	Keputusan penggunaan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.	Ketika mendapat rekomendasi dari orang lain	Tingkat pembelian melalui <i>paylater</i> sesuai dengan keadaan	Interval	19
		Dapat dilakukan sesuai dengan waktu yang dibutuhkan	Tingkat kenyamanan menggunakan <i>paylater</i> bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna		20
Metode pembayaran	Konsumen dalam membeli produk pasti harus melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya konsumen ada yang melakukan pembayaran secara tunai maupun menggunakan kartu kredit. Hal ini tergantung dari	<i>Easiness</i>	Tingkat kemudahan penggunaan metode pembayaran yang	Interval	21

kesanggupan tamu dalam melakukan suatu pembayaran	diberikan <i>paylater</i>	
<i>Policy</i>	Tingkat kebijakan yang diberikan <i>paylater</i> terhadap kepentingan pelanggan	22

Sumber : Pengolahan Data 2023

3.2.3. Jenis Dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian terdapat dua sumber data yang digunakan, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah semua data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab suatu permasalahan penelitiannya. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan tidak dikumpulkan oleh peneliti itu sendiri melainkan melalui pengumpul data (Pratiwi, 2017) Pada penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili populasi penelitian. Berikut ini merupakan penjelasan data primer dan sekunder (Hermawan, 2006:168) :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Tanggapan pengguna Kredivo mengenai kemudahan penggunaan <i>paylater</i>	Primer	Kuisisioner
2	Tanggapan pengguna Kredivo mengenai kepercayaan <i>paylater</i>	Primer	Kuisisioner
3	Tanggapan pengguna Kredivo mengenai keputusan penggunaan <i>paylater</i>	Primer	Kuisisioner
4	Jumlah pengguna Kredivo <i>paylater</i>	Primer	<i>Followers Instagram</i>
5	<i>Total Awareness dan Actual Usage Layanan Fintech</i>	Sekunder	Dailysocial.id/research/fintech-report-2021
6	Alasan konsumen menggunakan <i>paylater</i> pada <i>e-commerce</i>	Sekunder	databoks.katadata.co.id
7	Persentase pengguna <i>paylater</i>	Sekunder	databoks.katadata.co.id
8	Layanan <i>paylater</i> yang diketahui responden	Sekunder	databoks.katadata.co.id

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi, 2021

3.2.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah *followers* instagram

Elga Khoerun Nisa, 2024

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kredivo sebanyak 292.000 *followers* instagram Kredivo pada bulan juni 2023, yang diasumsikan sebagai pengguna dari layanan Kredivo *paylater*.

3.2.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Dengan pengambilan sampel, peneliti berharap dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan untuk keseluruhan populasi (Umar Sekarang, 2006). Ketika populasinya besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya. Maka dari itu, peneliti diperbolehkan untuk mengambil sebagian objek populasi dari sejumlah objek tertentu asal kan sebagian itu mewakili bagian lain yang tidak diteliti. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian saja dari populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri-ciri yang dikehendaki dari populasi (Syahza, 2021).

Selanjutnya untuk mendapatkan besaran jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikembangkan oleh Robert Slovin. Pengukuran sampel ini digunakan untuk mengetahui ukuran sampel pada penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi berganda. Rumus yang ditawarkan oleh Slovin dalam menentukan jumlah minimal sampel adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = *Margin of Error*

Dari rumus diatas, maka diperoleh perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{292.000}{1 + (292.000 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{292.000}{1 + 730}$$

$$n = 399,452$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel penelitian ini setidaknya adalah 400 subjek, maka dari itu peneliti mengambil sampel 400 karena diyakini sudah dapat mewakilkan populasi.

3.2.5. Teknik Sampling

Sampling atau penerikan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen yang memadai dari populasi, sehingga memungkinkan pemahaman tentang sifat atau karakteristik sampel penelitian dapat digeneralisasikan seperti pada elemen populasi (Kevin D O'Gorman, 2014). Penarikan sampel dilakukan karena akan memungkinkan penelitian yang dilakukan menjadi lebih murah, cepat dan akurat (Hermawan A. , 2006) Terdapat dua jenis teknik yang dapat digunakan untuk menarik sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Priyono, 2016) *Probability sampling* adalah prosedur pengambilan sampel di mana setiap elemen dari populasi memiliki kesempatan probabilistik tetap untuk terpilih sebagai sampel. *Non-probability sampling* adalah teknik yang tidak menggunakan kesempatan prosedur seleksi sampel. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* karena setiap elemen populasi penelitian memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu metode *purposive sampling* karena pada penelitian ini tidak semua populasi memenuhi kriteria yang diinginkan peneliti, maka dari itu peneliti memberikan kriteria 1) pengguna aplikasi Kredivo 2) pernah menggunakan layanan Kredivo Paylater setidaknya sekali dalam kurun waktu enam bulan.

3.2.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2021). Pengumpulan data menggunakan kuesioner disini dirasa cukup efektif karena dalam pengumpulan data ini dapat ditanyakan baik pertanyaan tertutup ataupun terbuka yang mewakili pribadi masing-masing. Sehingga setiap satu kuesioner mewakili setiap individu yang mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner yang disebarkan berisikan pertanyaan yang sesuai dengan penelitian ini.

Menurut (Sugiyono, 2021) mengatakan bahwa skalalikert adalah alat untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena social. Tingkatan skor yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skalalikert. Skala tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengukur suatu konsep terhadap responden. Skala pengukuran tersebut akan menghasilkan data interval. Skala likert dengan interval 1-4. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan. Jawaban yang tidak mendukung diberi skor rendah, sedangkan untuk jawaban setuju akan diberikan skor tinggi. Alasan dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-4 adalah karena untuk menghindari responden menjawab jawaban netral. Penjelasan skor alternatif yang digunakan dapat dilihat pada Tabel berikut:

TABEL 3.3
INSTRUMEN SKALA LIKERT

Keterangan	Bobot
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat setuju (SS)	4

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Berdasarkan Tabel 3.3 menyatakan bahwa, Prosedur penelitian dalam penelitian ini mengacu pada tahap-tahap yang dikemukakan oleh (Arikunto, 2010), yaitu:

1. Pembuatan rancangan penelitian

Pada tahapan ini dimulai dari menentukan masalah yang akan dikaji, studi pendahuluan, membuat rumusan masalah, tujuan, manfaat, mencari landasan teori, menentukan hipotesis, menentukan metodologi penelitian, dan mencari sumber-sumber yang dapat mendukung jalannya penelitian;

2. Pelaksanaan Penelitian

Tahap pelaksanaan penelitian dilapangan yakni pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah yang ada. Analisis dari data yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari data yang ada;

3. Pembuatan Laporan Penelitian

Laporan penelitian merupakan langkah terakhir yang menentukan apakah suatu penelitian yang sudah dilakukan baik atau tidak. Tahap pembuatan laporan

penelitian ini peneliti melaporkan hasil penelitian sesuai dengan data yang telah diperoleh dalam bentuk skripsi.

3.2.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data seringkali terjadi adanya pemalsuan data. Maka diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Untuk menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan realibilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan *reliable*, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan *reliable*.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran skala likert. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 23.0 for windows*.

1.2.7.1 Uji Validitas

Menurut (Priyatno, 2018) menyatakan bahwa uji validitas yang digunakan untuk mengetahui item pertanyaan yang diuji valid atau tidak. Uji validitas dihitung dengan cara membandingkan nilai r -hitung dan r -Tabel. Jika r -hitung $>$ r -Tabel dan memiliki nilai positif maka item pertanyaan tersebut valid. Dalam penelitian ini, dengan menggunakan 60 responden, maka nilai r -Tabel dapat diperoleh melalui R Tabel dengan:

- $DF = n - 2$
 $= 60 - 2$
 $= 58$
- Tingkat Signifikansi = 0,05 atau 5%

Maka r -Tabel $58 = 0,2542$. Jadi butir atau item pertanyaan dikatakan valid jika nilai r -hitung $>$ r -Tabel.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEMUDAHAN PENGGUNAAN
(X₁)

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
Clear				
1	Saya merasa Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> mempermudah proses bertransaksi	0.311	0,2542	Valid
2	Proses melakukan transaksi pada fitur Kredivo <i>Paylater</i> mudah untuk dilakukan	0.362	0,2542	Valid
3	Saya merasa bahwa intruksi pada layanan Kredivo <i>Paylater</i> mudah dimengerti dan sangat jelas	0.400	0,2542	Valid
4	Tampilan <i>paylater</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk memahaminya	0.393	0,2542	Valid
Understandable				
5	Prosedur pemesanan produk pada <i>e-commerce</i> mudah dimengerti	0.481	0,2542	Valid
6	Tampilan pada situs <i>e-commerce</i> mudah dipahami seperti: Fitur chat	0.564	0,2542	Valid
7	Saya membeli produk di <i>e-commerce</i> karena mudah mendapatkan informasi produk yang saya cari daripada toko offline.	0.517	0,2542	Valid
Easy to Control				
8	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i>	0.393	0,2542	Valid
9	Tahap transaksi Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> bisa diselesaikan dalam waktu yang relatif singkat	0.481	0,2542	Valid
10	Saat menggunakan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> saya dapat mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan saya	0.564	0,2542	Valid
11	Siapa saja dapat membeli produk walaupun dengan harga murah	0.517	0,2542	Valid
12	Fitur Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih efektif	0,393	0,2542	Valid
Easy to Use (Mudah Digunakan)				

Elga Khoerun Nisa, 2024

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

13	Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> dapat digunakan dengan mudah diakses dibandingkan internet banking	0.487	0,2542	Valid
14	Saya merasa layanan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> mudah untuk di gunakan	0.400	0,2542	Valid
15	Situs <i>paylater</i> di <i>e-commerce</i> mudah diakses	0.393	0,2542	Valid
16	Secara keseluruhan, pembelian online pada <i>e-commerce</i> sangat mudah bagi pembeli baru	0.481	0,2542	Valid
17	Membeli produk dan jasa di <i>e-commerce</i> karena kemudahan penggunaannya dan untuk mengurangi waktu serta tenaga saya	0.564	0,2542	Valid
18	Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> membantu saya untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus menyediakan uang di awal	0.517	0,2542	Valid
19	Saya merasa layanan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> memberikan keamanan yang baik dalam proses bertransaksi	0,311	0,2542	Valid
Easy to Learn (mudah dipelajari)				
20	Cara layanan <i>e-commerce</i> mudah dipelajari	0.537	0,2542	Valid
21	Cara layanan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> mudah dipelajari	0.367	0,2542	Valid
22	Saya tidak merasa <i>e-commerce</i> merupakan suatu sistem yang rumit	0.395	0,2542	Valid
23	Saya tidak merasa kesulitan dalam menggunakan fitur Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i>	0.311	0,2542	Valid
24	Dengan menggunakan layanan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan keterampilan bertransaksi	0.362	0,2542	Valid
25	Dengan menggunakan Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan keterampilan dan pemahaman saya pada sistem <i>Paylater</i>	0.487	0,2542	Valid
26	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan keterampilan dan pemahaman saya pada teknologi keuangan dalam bertransaksi	0.400	0,2542	Valid
Flexible				

27	Saya merasa transaksi Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> sangat fleksibel	0.537	0,2542	Valid
28	Sistem cash on delivery (bayar ditempat) pada di <i>e-commerce</i> memudahkan konsumen dalam berbelanja.	0.367	0,2542	Valid
29	Transaksi pembayaran produk di <i>e-commerce</i> dapat di lakukan dimana saja	0.395	0,2542	Valid
30	Situs Kredivo <i>Paylater</i> di <i>e-commerce</i> memberikan waktu selama 24 jam untuk setiap pembayaran	0.311	0,2542	Valid
31	Pembelian pada <i>e-commerce</i> dapat dilakukan kapan saja	0.362	0,2542	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 23.0 for windows*

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa indikator *easy to control* dengan pernyataan “saat menggunakan kredivo *Paylater*, saya dapat mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan saya”, *easy to use* dengan pernyataan “membeli produk dan jasa di *e-commerce* karena kemudahan penggunaannya dan untuk mengurangi waktu serta tenaga saya”, *clear and understandable* dengan pernyataan “tampilan pada situs tokopedia mudah dipahami, seperti fitur chat”, memiliki nilai tertinggi yaitu 0,564 dan indikator *easy to control* dengan pernyataan “fitur kredivo *Paylater* membuat transaksi yang dilakukan menjadi lebih efektif”. Indikator yang memiliki nilai terendah dengan nilai 0,311 yaitu *clear* dengan pernyataan “Saya merasa Kredivo *Paylater* di *e-commerce* mempermudah proses bertransaksi”, indikator *easy to use* dengan pernyataan “Saya merasa layanan Kredivo *Paylater* di *e-commerce* memberikan keamanan yang baik dalam proses bertransaksi” indikator *easy to learn* dengan pernyataan “Saya tidak merasa kesulitan dalam menggunakan fitur Kredivo *Paylater* di *e-commerce*” dan indikator *flexible* dengan pernyataan “situs kredivo *paylater* di *e-commerce* memberikan waktu selama 24 jam untuk setiap pembayaran” Hal ini dapat diartikan bahwa korelasinya cukup tinggi.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPERCAYAAN (X₂)

NO	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
Orientasi Teknologi				
32	Saya percaya para penjual di <i>e-commerce</i> memberikan pelayanan dengan cepat	0.529	0,2542	Valid
33	Situs <i>e-commerce</i> akan menepati janji sesuai kesepakatan transaksi	0.293	0,2542	Valid
34	Saya percaya jika para penjual di <i>e-commerce</i> memiliki reputasi yang baik (star seller).	0.788	0,2542	Valid
35	Saya akan membandingkan beberapa produk dan jasa pada situs <i>e-commerce</i> sebelum melakukan pembelian, untuk menentukan produk dan jasa mana yang lebih bisa dipercaya.	0.357	0,2542	Valid
36	Saya merasa bahwa <i>e-commerce</i> memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi	0.788	0,2542	Valid
37	Saya percaya pada kejujuran penjual di <i>e-commerce</i>	0.439	0,2542	Valid
Reputasi (brand reputation)				
38	Produk dan jasa yang saya beli melalui <i>e-commerce</i> sesuai dengan harapan saya.	0.372	0,2542	Valid
39	Kredito <i>Paylater</i> dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk dan jasa	0.788	0,2542	Valid
40	Saya yakin bahwa Kredito <i>Paylater</i> tidak akan menyalahgunakan data pribadi yang telah saya berikan	0.473	0,2542	Valid
Persepsi Resiko				
41	Saya percaya pihak penjual pada <i>e-commerce</i> selalu mengutamakan keterusterangan dalam menjual barang dan jasa.	0.788	0,2542	Valid
42	Saya percaya pihak penjual produk dan jasa di <i>e-commerce</i> sosial memenuhi janjijanjinya.	0.357	0,2542	Valid
43	<i>E-commerce</i> dapat menepati kewajibannya secara keseluruhan.	0.788	0,2542	Valid
44	<i>e-commerce</i> dapat dipercaya.	0.439	0,2542	Valid
45	<i>e-commerce</i> akan menepati janji sesuai kesepakatan transaksi	0.387	0,2542	Valid
46	Produk dan jasa yang saya beli melalui <i>e-commerce</i> sesuai dengan harapan saya.	0.424	0,2542	Valid
47	<i>e-commerce</i> dapat menjaga kerahasiaan data pelanggan.	0.500	0,2542	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 23.0 for windows*

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas menyatakan bahwa indikator orientasi teknologi, dengan pernyataan “Saya percaya jika para penjual di *e-commerce* Elga Khoerun Nisa, 2024
PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memiliki reputasi yang baik (star seller)”, “Saya merasa bahwa *e-commerce* memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi”. Pada indikator reputasi dengan pernyataan “Kredivo *Paylater* dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk dan jasa” dan indikator persepsi resiko dengan pernyataan “saya percaya pihak penjual pada *e-commerce* selalu mengutamakan keterusterangan dalam menjual barang dan jasa”, dan “*e-commerce* dapat menepati janji sesuai kesepakatan transaksi” dengan nilai tinggi yaitu 0,788. Sedangkan dengan nilai terendah dari variabel kepercayaan ini adalah indikator kompetensi dengan pernyataan “*e-commerce* akan menepati janji sesuai dengan kesepakatan transaksi” dengan nilai 0,293. Dari data tersebut dapat ditafsirkan bahwa korelasinya masih cukup tinggi.

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER (Y)

No	Pertanyaan	rhitung	rTabel	Keterangan
<i>Source of Information</i>				
48	Saya melakukan keputusan penggunaan <i>paylater</i> pada <i>e-commerce</i> karena informasi yang ditampilkan adalah informasi yang benar	0.846	0,2542	Valid
<i>Product Characteristics</i>				
49	Saya yakin mengambil keputusan penggunaan yang tepat melakukan pembelian online pada <i>e-commerce</i>	0.846	0,2542	Valid
<i>Market Conditions</i>				
50	Ratingan penjualan dan pembelian di Tokopedia lebih tinggi daripada <i>e-commerce</i> lainnya	0.846	0,2542	Valid
<i>Brand awareness</i>				
51	Saya berbelanja di <i>e-commerce</i> karena sesuai dengan kemampuan berbelanja saya.	0.846	0,2542	Valid
<i>Perceived Quality</i>				
52	Saya selalu mengevaluasi berbagai pilihan produk yang ada di <i>e-commerce</i> sebelum melakukan keputusan penggunaan <i>paylater</i>	0.476	0,2542	Valid
<i>Brand Loyalty</i>				
53	Saya akan menceritakan kesan positif berbelanja di <i>e-commerce</i>	0.366	0,2542	Valid
54	Saya selalu memilih berbelanja di Tokopedia daripada <i>e-commerce</i> lainnya.	0.846	0,2542	Valid
Harga yang murah dibandingkan <i>e-commerce</i> yang lain				

55	Banyaknya terdapat flash sale di berbagai produk yang saya cari.	0.846	0,2542	Valid
56	Saya memilih berbelanja di <i>e-commerce</i> karena adanya gratis ongkir	0.367	0,2542	Valid
Persediaan barang yang lengkap				
57	Saya memilih <i>e-commerce</i> karena produk atau barangnya sesuai ekspektasi saya	0.588	0,2542	Valid
Ketika mendapat rekomendasi dari orang lain				
58	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di <i>e-commerce</i>	0.556	0,2542	Valid
59	Sebelum saya membeli jasa di <i>e-commerce</i> saya terlebih dahulu melihat penilaian pembelian jasa tersebut.	0.290	0,2542	Valid
Dapat dilakukan sesuai dengan waktu yang dibutuhkan				
60	Saya membeli produk dan jasa di <i>e-commerce</i> melalui <i>Paylater</i> karena adanya kebutuhan.	0.556	0,2542	Valid
Easiness				
61	Saya senang dengan metode pembayaran yang bervariasi termasuk metode <i>Paylater</i>	0.484	0,2542	Valid
Policy				
62	Saya sangat berhati-hati ketika akan melakukan pembelian online.	0.484	0,2542	Valid

Sumber: *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 23.0 for windows*

Menurut data Tabel 3.6 menyatakan bahwa memiliki nilai tertinggi dengan pernyataan “saya melakukan keputusan penggunaan *paylater* pada *e-commerce* karena informasi yang ditampilkan adalah informasi yang benar”, “banyaknya terdapat flash sale di berbagai produk yang saya cari”, “saya yakin mengambil keputusan penggunaan yang tepat melakukan pembelian online pada *e-commerce*”, “saya berbelanja di *e-commerce* karena sesuai dengan kemampuan berbelanja saya”, “ratingan penjualan dan pembelian di Tokopedia lebih tinggi daripada *e-commerce* lainnya”, “saya selalu memilih berbelanja di Tokopedia daripada *e-commerce* lainnya” dengan nilai 0,846. Dan pernyataan dengan nilai terendah yaitu “sebelum saya membeli jasa di *e-commerce* saya terlebih dahulu melihat penilaian pembelian jasa tersebut” dengan nilai 0,290 sehingga dapat ditafsirkan bahwa korelasinya masih cukup tinggi.

1.2.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Priyatno, 2018) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisisioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang termasuk dalam pengujian hanya

item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak dengan menggunakan Batasan 0,6. Artinya jika suatu item terdapat memiliki batasan cronbach's alpha lebih dari 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa item tersebut reliabel dan sebaliknya jika, memiliki batasan cronbach's alpha kurang dari 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa item tersebut tidak reliabel.

Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji kelayakan kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kesesuaian dan kualitas data. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *Statistical Product for Service Solution* (SPSS).

TABEL 3.7
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	r _{hitung}	r _{Tabel}	Reliabilitas
1	Kemudahan penggunaan	0,841	0,2542	Reliabel
2	Kepercayaan	0,831	0,2542	Reliabel
3	Keputusan penggunaan <i>paylater</i>	0,887	0,2542	Reliabel

Sumber: *Statistical Product for Service Solution* (SPSS)

Berdasarkan Tabel 3.8 diatas, menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan dinyatakan reliabel, dengan jumlah r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.

3.2.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang telah dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2017). Tujuan dari pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian sehingga teknik analisis data diarahkan pada pengujian serta menjawab masalah yang diajukan oleh penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel penelitian. Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Menyeleksi data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan data dan kebenaran data yang sudah terkumpul.

3. Tabulasi data

Kegiatan ini dilakukan dengan cara melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memasukan data ke program Microsoft Office Excel
- b. Memberi skor pada setiap item
- c. Menjumlahkan skor pada setiap item
- d. Menyusun *ranking* skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis data

Kegiatan ini berupa pengolahan data dengan menggunakan beberapa rumus statistik, agar data yang ada dapat diperoleh kesimpulannya.

5. Melakukan Pengujian

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis dengan metode analisis regresi berganda.

Penelitian ini akan meneliti pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, skala tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengukur suatu konsep terhadap responden. Skala pengukuran tersebut akan menghasilkan data interval. Skala likert dengan interval 1-4. Menurut (Sugiyono, 2019) skala ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau individu tentang fenomena sosial. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan. Jawaban yang tidak mendukung diberi skor rendah, sedangkan untuk jawaban setuju akan diberikan skor tinggi. Alasan dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-4 adalah karena untuk menghindari responden menjawab jawaban netral. Penjelasan skor alternatif yang digunakan dapat dilihat pada Tabel berikut:

TABEL 3.8
INSTRUMEN SKALA LIKERT

Keterangan	Bobot
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat setuju (SS)	4

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.2.8.1. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui kecenderungan tinggi rendahnya setiap variabel penelitian dan membuat perbandingan rata-rata dari data sampel atau populasi tanpa perlu adanya uji signifikansi. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Kuesioner disusun berdasarkan pada variabel yang diteliti, dengan memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil angket atau kuesioner dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Penjelasan lebih lanjut mengenai tahapan-tahapan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Tabulasi silang adalah salah satu analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel. Analisis tabulasi silang digunakan untuk menghitung frekuensi dan persentase variabel dengan menyilangkan dua atau lebih variabel yang dianggap berkaitan, sehingga makna hubungan dari variabel tersebut dapat dipahami secara deskriptif.

2. Skor Ideal

Skor ideal adalah nilai tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Tabel analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian. Dalam mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase dari 0% hingga 100%. Format tabel

yang digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini terdapat dalam Tabel 3.9 Analisis Deskriptif seperti berikut:

TABEL 3.9
ANALISIS DESKRIPTIF

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				N	Skor Ideal	Total Skor Per-item	% Skor	TCR
		1	2	3	4					
Skor										
Total Skor										

Sumber : (Sekaran, 2017)

3.2.8.2. Analisis Data Verifikatif

3.2.8.2.1. Uji Normalitas

Menurut (Priyatno, 2018) menyatakan bahwa uji normalitas residual dilakukan guna untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau sebaliknya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual dan terdistribusi secara normal. Dalam uji normalitas data dapat dinyatakan normal apabila titik-titik menyebar di sekitar garis serta mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan jika data tersebut menyebar jauh dan tidak mengikuti garis diagonal, maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

3.2.8.2.2. Uji Linieritas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linier atau tidak. Pengujian linearitas dapat dibuktikan dengan F_{test} (Usman, 2013). Besarnya F_{hitung} dapat diketahui dengan menggunakan tabel ANOVA (*Analysis of Variance*). Pada penelitian ini nilai F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel F melalui dk pembilang (k) dan dk penyebut ($n - k - 1$) dengan taraf signifikansi (α) = 0,05. Keputusan penggunaan pengujian linearitas menggunakan taraf linearitas sebeagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier antar variabel
- b. Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan linier antar variabel

Pada penelitian ini uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan linier antar variabel X_1 terhadap Y, dan hubungan linier antar variabel X_2 terhadap Y. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS dengan menggunakan tabel ANOVA.

3.2.8.2.3. Uji Multikolonieritas

Menurut (Priyatno, 2018) mengemukakan bahwa uji multi kolinearitas yaitu untuk mengetahui keadaan di model regresi apakah terjadi korelasi sempurna antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi pada variabel bebasnya. Uji multi kolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Diketahui bahwa jika suatu model regresi bebas dari multi kolinearitas yang memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 dan mempunyai angka tolerance lebih dari 0,1.

3.2.8.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Priyatno, 2018) mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mengetahui uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat hasil Gambar grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID. Maka, model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan penggunaan dalam uji heteroskedastisitas adalah, berikut ini:

- Terjadi heteroskedastisitas, apabila terdapat pola tertentu dan membentuk titik-titik yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit.
- Tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila tidak terdapat adanya pola yang jelas, dengan membentuk titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah pada angka 0 di sumbu Y.

Setelah dilakukannya uji asumsi klasik, maka persyaratan statistik untuk analisis regresi linier berganda telah dipenuhi, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis linier berganda itu sendiri.

3.2.8.2.5. Analisis Regresi Multiple

Menurut (Priyatno, 2018) mengemukakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara lebih dari satu variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dan mengetahui arah hubungan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan melihat apakah masing-masing variabel independen (bebas) berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel

dependen (terikat), apabila nilai variabel independen (bebas) mengalami kenaikan atau penurunan. Didalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (bebas) meliputi kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu keputusan penggunaan *paylater*. Berdasarkan Persamaan regresi linear berganda diatas, dapat diformulakan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_i$$

(Widarjono, 2013)

Keterangan:

- \hat{Y} = Variabel Terikat
 a = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefisien Regresi
 X_1 = Variabel Bebas (kemudahan penggunaan)
 X_2 = Variabel Bebas (kepercayaan)

Untuk menyelesaikan persamaan tersebut, maka diperlukan rumus-rumus sebagai berikut:

1. $a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2$
2. $b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)}$
3. $b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)}$

Rumus-rumus yang diperlukan untuk menyelesaikan persamaan a, b₁ dan b₂ adalah sebagai berikut:

1. $\sum y^2 = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$
2. $\sum x_1^2 = \sum x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}$
3. $\sum x_2^2 = \sum x_2^2 - \frac{(\sum x_2)^2}{N}$
4. $\sum x_1 y = \sum x_1 y - \frac{(\sum x_1)(\sum y)}{N}$
5. $\sum x_2 y = \sum x_2 y - \frac{(\sum x_2)(\sum y)}{N}$
6. $\sum x_1 x_2 = \sum x_1 x_2 - \frac{(\sum x_1)(\sum x_2)}{N}$

(Idrus, 2009)

Variabel X₁ dan X₂ dikatakan mempengaruhi Y apabila perubahan pada nilai variabel X₁ dan X₂ menyebabkan adanya perubahan pada nilai Y, artinya apabila variabel X₁ dan X₂ dimanipulasi, maka variabel Y pun akan ikut termanipulasi. Dengan demikian, nilai Y ini akan bervariasi namun nilai Y bervariasi tersebut tidak

Elga Khoerun Nisa, 2024

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

semata-mata disebabkan oleh X_1 dan X_2 karena masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhinya.

3.2.8.3. Uji Hipotesis

3.2.8.4.1. Uji Keberartian Regresi (Uji f)

Menurut (Sudjana, 2003) uji keberartian Regresi linier ganda ini dimaksudkan untuk meyakinkan diri apakah regresi (berbentuk linier) yang didapat berdasarkan penelitian ada artinya bila dipakai untuk membuat kesimpulan mengenai hubungan sejumlah peubah yang sedang diamati. Untuk memperoleh gambaran mengenai keberartian hubungan regresi antara variabel X_1 (kemudahan penggunaan) dan X_2 (kepercayaan) terhadap variabel Y (keputusan penggunaan *paylater*), maka dilakukan pengujian keberartian regresi. dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Model regresi tidak berarti

H_1 : Model regresi berarti

Setelah ditetapkannya rumusan hipotesis, maka tahap selanjutnya adalah menentukan harga F_{hitung} . Harga tersebut dapat ditentukan menggunakan rumus berikut:

$$F_h = \frac{JK_{reg}/k}{JK_s/(n - k - 1)}$$

(Sudjana, 2003)

Keterangan:

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi

JK_s = jumlah kuadrat sisa

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

Dalam menyelesaikan persamaan tersebut maka dapat digunakan persamaan yang dikemukakan oleh (Sudjana, 2003) sebagai berikut:

a) Menghitung jumlah kuadrat regresi (JK_{reg}) dengan rumus:

$$JK_{reg} = b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y$$

b) Menghitung jumlah kuadrat sisa (JK_s) dengan rumus:

$$JK_s = \sum (Y - \bar{Y})^2$$

atau

$$JK_s = \left(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \right) - JK_{reg}$$

Setelah diketahui nilai F_{hitung} maka nilai tersebut dikonsultasikan dengan nilai F_{Tabel} . Pada penelitian ini nilai F_{Tabel} diperoleh dengan melihat Tabel F melalui taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan pembilang ($dk1 = k$) dan derajat kebebasan penyebut ($dk2 = n - k - 1$). Dasar pengambilan keputusan penggunaan dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Apabila $F_{hitung} \leq F_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.2.8.4.2. Uji Keberartian Koefisien Regresi (Uji t)

Uji keberartian koefisien regresi pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai tetap. Adapun rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (kemudahan penggunaan)
 - H_0 : $\beta_1 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*
 - H_1 : $\beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*
2. Variabel X_2 (kepercayaan)
 - H_0 : $\beta_2 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*
 - H_1 : $\beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *paylater*

Setelah ditentukannya rumusan hipotesis maka tahap selanjutnya adalah menguji keberartian koefisien regresi menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

(Sudjana, 2003)

Keterangan:

b_i = nilai variabel bebas X_i

s_{b_i} = galat baku koefisien regresi b_i

Elga Khoerun Nisa, 2024

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam menentukan galat baku koefisien regresi maka dapat dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut (Sudjana, 2003) :

- a) Menghitung nilai galat baku taksiran Y ($s_{y.12}^2$) dengan rumus:

$$s_{y.12}^2 = \frac{JK_s}{(n - k - 1)}$$

- b) Menghitung nilai koefisien korelasi ganda (R^2) dengan rumus:

$$R^2 = \frac{JK_{reg}}{\sum y_i^2}$$

- c) Menghitung jumlah kuadrat penyimpangan peubah ($\sum x_{ij}^2$) dengan rumus:

$$\sum x_{ij}^2 = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}$$

- d) Menghitung nilai galat baku koefisien regresi b_i (s_{b_i}) dengan rumus:

$$s_{b_i}^2 = \frac{s_{y.12}^2}{\sum x_{ij}^2 (1 - R_i^2)}$$

Setelah nilai t diketahui maka selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} . Pada penelitian ini nilai t_{Tabel} diperoleh dengan melihat Tabel t melalui taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($dk = n - k - 1$). Dasar pengambilan keputusan penggunaan dalam uji t pihak kanan adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak